

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang menekankan analisis pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian infrensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probalitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan variabel yang diteliti (Azwar, 2013).

Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda, yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan beberapa variabel bebas (Azwar, 2013).

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian yang terdapat pada penelitian ini harus ditentukan terlebih dahulu sebelum metode pengumpulan data dan analisis data ditentukan. Menurut Arikunto (2002) variabel adalah obyek penelitian, atau sesuatu yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Jadi variabel penelitian adalah obyek dalam suatu penelitian yang mempengaruhi suatu penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun identifikasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Konsep Diri  
( $X_2$ ) : Kebutuhan Afiliasi
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif Kosmetik

### C. Definisi Operasional

#### 1. Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik

Perilaku konsumtif terhadap kosmetik merupakan suatu tindakan memakai produk kosmetik yang tidak tuntas dimana kosmetik yang sebelumnya belum habis tetapi individu membeli dan menggunakan kosmetik yang sejenis dengan merek berbeda karena ditawarkan hadiah atau karena banyak orang lain yang menggunakan untuk mencapai kepuasan.

Perilaku konsumtif terhadap kosmetik akan diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Endang, 2013) yaitu: a. Membeli produk karena iming-iming hadiah, b. Membeli produk karena kemasannya menarik, c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, d. Membeli produk atas pertimbangan harga, e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Konsep Diri

Konsep diri merupakan gambaran mengenai diri individu baik itu fisik atau psikis yang dipengaruhi oleh interaksi orang disekitar dan lingkungannya yang dapat menjadikan konsep diri itu positif ataupun konsep diri negatif.

Menurut Fitts (dalam Agustiani, 2009), indikator konsep diri yaitu: Dimensi Internal (*identity, behavioral, judging*) dan Dimensi Eksternal (*physical, moral-ethical, personal, social dan family*).

## 3. Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan afiliasi adalah dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain dan mencari afeksi dengan menyenangkan orang lain kemudian mempertahankan hubungan dengan membentuk persahabatan. Kebutuhan afiliasi akan diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Mc Clelland (dalam Rinjani dan Firmanto, 2013) yaitu lebih suka bersama orang lain, sering berinteraksi dengan orang lain, ingin disukai, menyenangkan orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia, dan mencari persetujuan dan kesepakatan dengan orang lain.

## D. Subjek Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti (Arikunto, 2010). Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Kusuma, 2014).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 307 mahasiswi yang berada di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Fakultas Psikologi dan Fakultas Sains dan Teknologi. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan teori Arikunto (2010), yang menyatakan jika populasi jumlahnya  $\leq 100$  maka semua populasi dijadikan sampel penelitian, tetapi jika jumlah populasi besar diambil berdasarkan persentase mulai dari 10-15% atau 20-25% atau lebih. Dalam hal ini jumlah sampel yang diambil dari populasi sebanyak 10% ( $10\% \times 3.070 = 307$ ).

## 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif (Sugiyono, 2010).

Adapun kriteria yang akan menjadi subjek penelitian memiliki karakteristik sebagai berikut:



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Mahasiswi UIN SUSKA Riau

Mahasiswi sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik mahasiswi yang labil, spesifik dan mudah untuk dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar atau perilaku konsumtif (Pratiknyo, 2008).

b. Memiliki jenis kosmetik lebih dari satu

Berdasarkan Surat Keputusan Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik dan Produk Komplemen Nomor: PO.01.04.42.4082 yang dimaksud dengan kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

c. Usia 17-20/21 tahun

Dalam penelitian ini maka diambil subjek dalam rentang usia subjek 17-20/21 tahun, karena pada usia peralihan remaja akhir ke masa dewasa awal. Dimana pada masa ini remaja hendaknya mampu menerima keadaan fisik, mampu membina hubungan baik dengan individu lain, mandiri secara emosional dan bertanggung jawab (Pratiknyo, 2008).

## E. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini akan diperoleh dengan menggunakan instrumen pengumpulan data dalam bentuk skala. Instrumen pengumpulan data ini adalah sebagai berikut:

### 1. Skala Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala perilaku konsumtif yang telah dimodifikasi berdasarkan skala perilaku konsumtif Nurul Khairunisa (2016) dengan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono. Skala penelitian ini terdiri dari 29 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan model skala *Likert* menjadi empat alternatif jawaban. Penilaian yang diberikan untuk pernyataan *favourable*, yaitu: Sangat Sesuai (SS), memperoleh skor 4, Sesuai (S) memperoleh skor 3, Tidak Sesuai (TS) memperoleh skor 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 1. Untuk pernyataan *unfavourable*, yaitu Sangat Sesuai (SS) memperoleh skor 1, Sesuai (S) memperoleh skor 2, Tidak Sesuai (TS) memperoleh skor 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 4.

**Tabel 3.1**

**Blue Print Skala Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik (Y) Sebelum Try Out**

No	Aspek	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1, 2	-	2
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	3, 4	5, 6	4
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	7, 8	9, 10	4
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaatnya)	11, 12	13	3
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	14, 15	16, 17	4
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	18, 19	20, 21	4
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	22, 23	24, 25	4
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	26, 27	28, 29	4
<b>Jumlah</b>		<b>16</b>	<b>13</b>	<b>29</b>

## 2. Skala Konsep Diri

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala konsep diri yang telah dimodifikasi berdasarkan skala konsep diri Nurul Khairunisa (2016) dengan aspek-aspek konsep diri menurut William Fitts. Skala penelitian ini terdiri dari 35 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan model skala *Likert* menjadi empat alternatif jawaban. Penilaian yang diberikan untuk pernyataan *favourable*, yaitu: Sangat Sesuai (SS) memperoleh skor 4, Sesuai (S) memperoleh skor 3, Tidak Sesuai (TS) memperoleh skor 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 1. Untuk pernyataan *unfavourable*, yaitu Sangat Sesuai (SS) memperoleh skor 1, Sesuai (S) memperoleh skor 2, Tidak Sesuai (TS) memperoleh skor 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**Tabel 3.2**

**Blue Print Skala Konsep Diri ( $X_1$ ) Sebelum Try Out**

Dimensi Internal	Dimensi Eksternal	Indikator	F	UF	Jumlah
Identitas	Fisik	Label/symbol keadaan diri secara fisik	1	2	2
	Moral-Etika	Posisi diri dilihat dari standar moral, etik dan religi	8,9	10	3
	Personal	Penilaian akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimiliki	16,17	18	3
	Keluarga	Penilaian posisi diri dikeluarga dan relasi dengan orang-orang terdekat	24	25	2
	Sosial	Penilaian diri dalam interaksinya dengan orang lain	30	31	2
Penerimaan	Fisik	Penilaian diri secara fisik	3,4	5	3
	Moral-Etik	Penilaian diri akan posisinya dilihat dari standar moral, etik dan religi	11	12	2
	Personal	Penilaian akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimiliki	19	20	2
	Keluarga	Penilaian posisi diri dikeluarga dan relasi dengan orang-orang terdekat	26	27	2
	Sosial	Penilaian diri dalam interaksinya dengan orang lain	32	33	2
Tingkah Laku	Fisik	Kesadaran akan keadaan fisik	6	7	2
	Moral-Etik	Kesadaran diri akan posisinya dilihat dari standar moral, etik dan religi	13,14	15	3
	Personal	Kesadaran akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimilikinya	21,22	23	3
	Keluarga	Kesadaran akan posisi diri dikeluarga dengan orang-orang terdekat	28	29	2
	Sosial	Kesadaran diri dalam interaksinya dengan orang lain	34	35	2
<b>Jumlah</b>					<b>35</b>

### 3. Skala Kebutuhan Afiliasi

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala kebutuhan afiliasi yang telah dimodifikasi berdasarkan skala kebutuhan afiliasi Siti Khasanah (2015) dengan aspek-aspek konsep diri menurut McClelland. Skala penelitian ini terdiri dari 23 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan model skala *Likert* menjadi empat alternatif jawaban. Penilaian yang diberikan untuk pernyataan *favourable*, yaitu: Sangat Sesuai (SS) memperoleh skor 4, Sesuai (S) memperoleh skor 3, Tidak Sesuai (TS)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperoleh skor 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 1. Untuk pernyataan *unfavourable*, yaitu Sangat Sesuai (SS) memperoleh skor 1, Sesuai (S) memperoleh skor 2, Tidak Sesuai (TS) memperoleh skor 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memperoleh skor 4.

**Tabel 3.3**

**Blue Print Skala Kebutuhan Afiliasi ( $X_2$ ) Sebelum Try Out**

No	Aspek	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
1	Lebih suka bersama orang lain dari pada sendiri	1, 3	2, 4	4
2	Sering berinteraksi dengan teman	5, 7	6, 8	4
3	Ingin di sukai dan di terima teman	9, 11	10, 12	4
4	Menyenangkan hati orang lain	13, 15, 17	14, 16	5
5	Menunjukkan dan dan memelihara sikap setia dengan teman	18, 19	20	3
6	Mencari persetujuan dan kesepakatan dengan orang lain	21	22, 23	3
Jumlah		12	11	23

## F. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum penelitian dilaksanakan, alat ukur atau skala yang digunakan harus diuji coba (*try out*) terlebih dahulu. Uji coba dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu alat ukur. Uji coba dilakukan pada mahasiswi UIN Suska Riau angkatan 2015-2017 berusia 17-20/21 tahun sebanyak 60 orang. Aitem yang diuji cobakan berjumlah 87 aitem dengan rincian 35 aitem konsep diri, 23 aitem kebutuhan afiliasi dan 29 aitem perilaku konsumtif terhadap kosmetik. Uji coba alat ukur dilakukan pada tanggal 5-6 Juli 2018. Responden uji coba diberikan waktu yang cukup untuk menjawab satu per satu aitem alat ukur uji coba. Dimana alat ukur dibagikan kepada responden dan responden diberikan waktu untuk mengisinya kemudian hasilnya di analisis dan aitem valid digunakan untuk melakukan penelitian.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada skala perilaku konsumtif terdapat 29 aitem. Setelah dilakukan uji coba dengan perhitungan analisis *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 22.0 for Windows*, dinyatakan gugur dua aitem dari 29 aitem alat ukur kemampuan perilaku konsumtif yaitu 16 dan 23 dengan ketentuan bahwa setiap aitem memiliki koefisien korelasi aitem  $>0,30$ . Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut.

**Tabel 3.4**

**Blue Print Skala Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik (Y) Try Out**

No	Aspek	Aitem Valid		Aitem Gugur
		F	UF	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,2	-	-
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	3, 4	5, 6	-
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	7, 8	9, 10	-
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaatnya)	11, 12	13	-
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	14, 15	17	16
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	18, 19	20, 21	-
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	22,	24, 25	23
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	26, 27	28, 29	-
<b>Jumlah</b>		<b>27</b>		<b>2</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 27 aitem skala perilaku konsumtif terhadap kosmetik yang diterima dan dapat digunakan dalam penelitian dengan standar korelasi  $\geq 0,30$ , dengan kisaran koefisien korelasi dari 0,332-0,750, sementara yang lainnya gugur. Adapun gambaran aitem yang diterima dapat dilihat melalui tabel *blue print* berikut:

**Tabel 3.5**
**Blue Print Skala Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik (Y) Penelitian**

No	Aspek	Aitem Valid		Jumlah
		F	UF	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,2	-	2
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	3, 4	5, 6	4
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	7, 8	9, 10	4
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaatnya)	11, 12	13	3
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	14, 15	17	3
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	18, 19	20, 21	4
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	22,	24, 25	3
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	26, 27	28, 29	4
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>12</b>	<b>27</b>

Pada skala konsep diri ( $X_1$ ) terdapat 35 aitem. Setelah dilakukan uji coba dengan perhitungan analisis *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 22.0 for Windows*, dinyatakan gugur delapan aitem dari 35 aitem alat ukur konsep diri yaitu 4, 7, 10, 11, 18, 19 dan 25 dengan ketentuan bahwa setiap aitem memiliki koefisien korelasi aitem 0,30. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut.

**Tabel 3.6**
**Blue Print Skala Konsep diri ( $X_1$ ) Try Out**

Dimensi Internal	Dimensi Eksternal	Aitem Valid		Atem Gugur
		F	UF	
Identitas	Fisik	1	2	-
	Moral-Etika	8,9	-	10
	Personal	16,17	-	18
	Keluarga	24	-	25
	Sosial	30	31	-
Penerimaan	Fisik	3	5	4
	Moral-Etik	-	12	11
	Personal	-	20	19
	Keluarga	26	27	-
	Sosial	32	33	-
Tingkah Laku	Fisik	6	-	7
	Moral-Etik	13,14	15	-
	Personal	21,22	23	-
	Keluarga	28	29	-
	Sosial	34	-	35
<b>Jumlah</b>		<b>27</b>		<b>8</b>

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 27 aitem skala konsep diri yang diterima dan dapat digunakan dalam penelitian dengan standar korelasi  $\geq 0,30$ , dengan kisaran koefisien korelasi dari 0,314-0,621, sementara yang lainnya gugur. Adapun gambaran aitem yang diterima dapat dilihat melalui tabel *blue print* berikut:

**Tabel 3.7**  
**Blue Print Skala Konsep Diri Penelitian**

Dimensi Internal	Dimensi Eksternal	Indikator	F	UF	Jumlah
Identitas	Fisik	Label/symbol keadaan diri secara fisik	1	2	2
	Moral-Etika	Posisi diri dilihat dari standar moral, etik dan religi	8,9	-	2
	Personal	Penilaian akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimiliki	16,17	-	2
	Keluarga	Penilaian posisi diri dikeluarga dan relasi dengan orang-orang terdekat	24	-	1
	Sosial	Penilaian diri dalam interaksinya dengan orang lain	30	31	2
	Fisik	Penilaian diri secara fisik	3	5	2
Penerimaan	Moral-Etik	Penilaian diri akan posisinya dilihat dari standar moral, etik dan religi	-	12	1
	Personal	Penilaian akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimiliki	-	20	1
	Keluarga	Penilaian posisi diri dikeluarga dan relasi dengan orang-orang terdekat	26	27	2
	Sosial	Penilaian diri dalam interaksinya dengan orang lain	32	33	2
	Fisik	Kesadaran akan keadaan fisik	6	-	1
	Moral-Etik	Kesadaran diri akan posisinya dilihat dari standar moral, etik dan religi	13,14	15	3
Tingkah Laku	Personal	Kesadaran akan sifat-sifat dan kemampuan yang dimilikinya	21,22	23	3
	Keluarga	Kesadaran akan posisi diri dikeluarga dengan orang-orang terdekat	28	29	2
	Sosial	Kesadaran diri dalam interaksinya dengan orang lain	34	-	1
<b>Jumlah</b>			<b>17</b>	<b>10</b>	<b>27</b>

Selanjutnya pada skala kebutuhan afiliasi terdapat 23 aitem. Setelah dilakukan uji coba dengan perhitungan analisis *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 22.0 for Windows*, dinyatakan gugur dua aitem dari 23 aitem



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

alat ukur kebutuhan afiliasi yaitu 4 dan 16 dengan ketentuan bahwa setiap aitem memiliki koefisien korelasi aitem  $>0,30$ . Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut.

**Tabel 3.8**  
**Blue Print Skala Kebutuhan Afiliasi Try Out**

No	Aspek	Aitem Valid		Aitem Gugur
		F	UF	
1	Lebih suka bersama orang lain dari pada sendiri	1, 3	2	4
2	Sering berinteraksi dengan teman	5, 7	6, 8	-
3	Ingin di sukai dan di terima teman	9, 11	10, 12	-
4	Menyenangkan hati orang lain	13, 15, 17	14,	16
5	Menunjukkan dan dan memelihara sikap setia dengan teman	18, 19	20	-
6	Mencari persetujuan dan kesepakatan dengan orang lain	21	22, 23	-
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>		<b>2</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui ada 21 aitem skala kebutuhan afiliasi yang diterima dan dapat digunakan dalam penelitian dengan standar korelasi  $\geq 0,30$ , dengan kisaran koefisien korelasi dari 0,345-0,884, sementara yang lainnya gugur. Adapun gambaran aitem yang diterima dapat dilihat melalui tabel *blue print* berikut:

**Tabel 3.9**  
**Blue Print Skala Kebutuhan Afiliasi Penelitian**

No	Aspek	Aitem Valid		Jumlah
		F	UF	
1	Lebih suka bersama orang lain dari pada sendiri	1, 3	2	3
2	Sering berinteraksi dengan teman	5, 7	6, 8	4
3	Ingin di sukai dan di terima teman	9, 11	10, 12	4
4	Menyenangkan hati orang lain	13, 15, 17	14	4
5	Menunjukkan dan dan memelihara sikap setia dengan teman	18, 19	20	3
6	Mencari persetujuan dan kesepakatan dengan orang lain	21	22, 23	3
<b>Jumlah</b>		<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

**1. Validitas**

Validitas dapat diartikan sejauh mana suatu tes dalam hal ini alat ukur mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas yang digunakan peneliti adalah validitas isi. Validitas isi merupakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *professional judgement* (Azwar, 2009).

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu teknik yang digunakan untuk melihat seberapa jauh skala dapat memberikan hasil yang ajeg (konstan) dalam suatu pengukuran. Reliabilitas mengacu pada kepercayaan atau konsistensi hasil pengukuran suatu alat ukur. Reliabilitas dinyatakan dalam koefisien reliabilitas, yang angkanya berada dalam rentang dari 0,00 sampai 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 menunjukkan reliabilitas alat ukur yang semakin tinggi. Sebaliknya alat ukur yang rendah reliabilitasnya ditandai dengan koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0,00 (Azwar, 2010). Uji reliabilitas dihitung menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 22.0 for windows*. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas terhadap aitem pada skala perilaku konsumtif terhadap kosmetik diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,916, selanjutnya skala konsep diri sebesar 0,903 dan skala kebutuhan afiliasi sebesar 0,959.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Ganda (*Multiple Regretion*) yakni teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel bebas., dengan menggunakan bantuan komputerisasi *SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for Windows*. Untuk melihat bagaimana konsep diri (X1) dan kebutuhan afiliasi (X2) dengan perilaku konsumtif (Y) terhadap kosmetik pada mahasiwi.